

Dr. Heiko H. Stutzke
stutzke@strategiebuero-nord.de

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

September 2020

Fahrzeug-Leasing neu gedacht

36 Monate.

Das ist seit vielen Jahren der Zeitraum, für den wir unsere Fahrzeuge leasen. Die Marke ist immer dieselbe, und unser Händler ist das vertraute und zuverlässige Bindeglied zur Leasinggesellschaft des großen deutschen Herstellers. Uns gefällt die Möglichkeit, ein Auto nicht mehr zu besitzen, sondern für einen bestimmten Zeitraum zu mieten, danach wieder zurückzugeben und das Ganze mit einem aktuellen Modell neu zu starten. Damit sind wir sicher nicht die Einzigen.

Es gibt aber beim Leasing einen Aspekt, der aus unserer Sicht noch Potenzial für Optimierungen hat.

Wenn wir nämlich im Zuge eines neuen Leasingvertrages die Unterlagen durchsehen, wird uns klar, dass wir nicht einfach die Kundenbeziehung zur Leasinggesellschaft (und zu unserem Autohändler) fortsetzen, sondern mit jedem neuen Vertrag wieder wie Neukunden behandelt werden. Das fühlt sich für uns seltsam und nicht gut an.

Wir haben uns aus Kundensicht und beruflichem Interesse damit beschäftigt. Es sieht für uns so aus, als ob die gesamte Kundenbeziehung an das jeweilige Fahrzeug gekoppelt ist. Wenn der vorhandene Leasingvertrag abläuft, ist damit auch die Kundenbeziehung beendet. Mit dem Anschlussvertrag wird eine ganz neue Kundenbeziehung aufgebaut – mit zahlreichen Formularen.

Dieses Prinzip mag ja bei Erstkunden sinnvoll sein. Bei Kunden wie uns, die Händler und Marke über lange Zeit treu bleiben, erscheint sie jedoch wie aus der Zeit gefallen: Nicht der Kunde steht im Mittelpunkt, sondern das Fahrzeug. Banken haben diese Vorgehensweise bei der Kunden- und Kontoverwaltung schon vor Jahrzehnten abgeschafft.



Die zeitgemäße Lösung

Eine moderne Lösung ist nicht trivial, aber längst überfällig. Wir stellen sie uns folgendermaßen vor:

- Die grundlegenden Informationen über den Leasingkunden (Identifikation, Datenschutz, Zahlungsmodalitäten etc.) werden in einem Rahmenvertrag zusammengefasst. Sie müssen auf diese Weise nur einmal abgefragt und erfasst werden, solange und soweit es keine umfassenden (gesetzlichen) Anforderungen oder Veränderungen gibt. Der Kunde erhält eine eindeutige Kundennummer.
- Der Vertrag über das Leasing eines Fahrzeugs wird mit der Kundennummer verbunden. Es fällt nur der Formalismus für diesen Bereich an.
- Wenn ein Anschlussvertrag geschlossen werden soll, wird ebenfalls nur der fahrzeugspezifische Teil neu geregelt und die Rate festgelegt. Alles andere bleibt unverändert.
- Der Rahmenvertrag endet erst, wenn kein weiteres Fahrzeug geleast werden soll. Bis dahin werden alle Fahrzeuge ohne großen bürokratischen Aufwand mit der Kundennummer verknüpft und abgerechnet.

Durch die im Laufe der Zeit entstehende Historie sind passgenaue Angebote möglich, die gegebenenfalls sogar teilautomatisiert erstellt werden können. Beim bevorstehenden Ablauf eines Leasingvertrages könnte zum Beispiel ein Anschlussangebot kostengünstig vorbereitet werden, das der Kunde direkt annehmen kann.

Möglichkeiten für die Verwaltung von Vertragsoptionen durch den Kunden können „online“ geschaffen werden, zum Beispiel zur zwischenzeitlichen Anpassung der Laufleistung oder zur Verlängerung des bestehenden Vertrages.

Sicher gibt es noch viel mehr Ideen und Möglichkeiten beim Fahrzeugleasing. Insgesamt wäre es ein Schritt zu einem modernen und zeitgemäßen Leasingangebot. Die Zeit dafür ist längst da.

In ca. 18 Monaten läuft unser aktueller Leasingvertrag aus. Vielleicht können wir ihn dann ja schon einfach mit einem anderen Fahrzeug fortsetzen.

Redaktionelle Hinweise

Über den Autor

Dr. Heiko H. Stutzke ist Diplom-Ökonom und Geschäftsführender Gesellschafter des Strategiebüro Nord.

Das Strategiebüro Nord arbeitet für Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, für Gründer und für Firmen am Anfang ihrer Entwicklung.

Dabei geht es um individuelle Fragestellungen, die sich oft aus den Trends unserer Zeit ergeben. Hierfür entwickeln wir lösungsoffen und teamorientiert strategische Konzepte, die langfristig den Erfolg sichern.

Hinweis zur verwendeten Sprache

In unseren Beiträgen verwenden wir alle Begriffe in einem gesellschaftlich neutralen Kontext. Auch ohne Satz- und Worterweiterungen sind immer alle Geschlechter angesprochen.

Lobbyregister

Das Strategiebüro Nord ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, beim Strategiebüro Nord.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge oder die Bilder jedoch (ganz oder teilweise) für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

